

XX

## VISION – MÅL – STRATEGI FÖR BESÖKSNÄRINGEN I Hemavan Tärnaby

*”Hemavan Tärnaby skapar lust  
att landa i de riktiga fjällen”*





*Vi ger varje gäst ett personligt bemötande*

---

**Turistföretagen i Hemavan Tärnaby** har sedan 1968 arbetat tillsammans med att marknadsföra sig och sina produkter.

Ambitionen att öka antalet gäster, omsättning och produkter har funnits med som en röd tråd för företagen.

2012-07-01 bildades destinationsbolaget Visit Hemavan Tärnaby AB som har till sin uppgift att arbeta med destinationens utveckling och förlängningen med ägarföretagens framgång och lönsamhet.

I din hand håller du en skrift som beskriver vad besöksnäringen i Hemavan Tärnaby behöver vidareförädla och hur vi ska jobba tillsammans för att göra fler och bättre affärer.

Grunden till skriften är det arbete som gjorts i Hemavan Tärnaby tillsammans med företag, organisationer, kommunen, länsstyrelsen och Region Västerbotten under många år i olika processer.

Strategin har en tydlig koppling till den nationella strategin för svensk besöksnäring.

---



*Så lyckas vi!*

---

**För att Hemavan Tärnaby som destination** ska synas på marknaden och kunna konkurrera med andra destinationer både nationellt och internationellt och ha en stark position som attraktiv destination behöver vi verktyg och vi behöver kunna använda dem.

Hemavan Tärnaby har unika förutsättningar som verkligen skulle stå sig i den internationella konkurrensen och öppna nya marknader. Dessa marknader består av köpstarka men kräsna konsumenter. För att öppna upp mot dessa marknader krävs en utveckling av dels spetsprodukter/magneter dels ett breddat utbud av produkter och aktiviteter som är kvalitetssäkrade och tillgängliga året runt.

I Hemavan Tärnaby är det våra arktiska fjäll, naturreservatet, kulturresevatet, riksintressena, Kungleden våra alpina anläggningar och naturen som helhet som är vår råvara. Tärna IK Fjällvinden har levererat många världsstjärnor som gjort bygden världskänd.



*Fakta*

---

**I Hemavan Tärnaby** är besöksnäringen en basnäring med stor betydelse för sysselsättning och tillväxt.

Det finns en tradition av småföretagande i området som gör att företagandet inom besöksnäringen är stark.

Besöksnäring, upplevelser och evenemang är starka tillväxtområden som också lyfts fram i den regionala utvecklingsstrategin RUS. Det finns stora möjligheter till fortsatt utveckling tack vare den unika natur som finns i Hemavan Tärnaby i kombination med ett innovativt och strategiskt utvecklingsarbete och fortsatta investeringar.

Närmarknaden, Norrlandskusten, Österbotten i Finland samt Helgeland i Norge är vår viktigaste marknad men det finns behov av ytterligare insatser för att kunna agera på den övriga internationella marknaden.

Det är nödvändigt att fortsätta utveckla resmöjligheterna till Hemavan Tärnaby. Ytterligare flygturer måste komma till stånd, samarbetet med flygplatser i närliggande område både på den svenska men också på den norska sidan behöver utvecklas, tillgängligheten via färjan och E12 måste öka och insatser på vägnätet är nödvändiga.

Områden som behöver utvecklas ytterligare för att Hemavan Tärnaby ska vara med på en utökad nationell och internationell arena är produktutveckling, marknadskommunikation, språk och kulturförståelse samt ett utvecklat värdskap.

---



*Vår vision*



---

**”Hemavan Tärnaby ger  
lust att landa i riktiga fjäll”**

Naturen, de riktiga fjällen och dess naturupplevelser är något unikt, svårt att kopiera och beständigt över tid. Därför är det och kommer att vara, en konkurrensfördel.

Skapar lust anspelar på att vi vill sträva mot att skapa lust hos människor att komma till oss, vara i destinationen och skapa lust att återvända.

Landa är både flygplatsen med stark konkurrensfördel men också till tanken att våra gäster kan landa gå ner i varv och vara ett alternativ för vardagen.



*Hållbarhet som värdegrund*

---

**Sverige ligger i framkant** internationellt när det gäller en hållbarutveckling för besöksnäringsn. Det är naturligt för oss med en närhet till naturen att värna om den.

Det finns en trend som visar att gästerna blir allt mer medvetna om hållbar utveckling. Vår storslagna natur är vår viktigaste tillgång.

Därför är ett tydligt hållbarhetsarbete också en konkurrensfaktor på marknaden både ekonomiskt, socialt/kulturellt och ekologiskt.

## Hållbarhet som värdegrund gör att känslan av att vinna håller i sig länge

**I Hemavan Tärnaby vill vi att all verksamhet skall präglas av hållbarhet som en värdegrund eftersom vi vill bidra till regionens tillväxt. För en hållbar turismutveckling skall destinationens strategiska åtgärder riktas mot att:**

- » Utgå från besökarens perspektiv, utöva ett gott värdskap leverera hög kvalitet och ge besökare en upplevelse som överträffar förväntningarna.  
*t.ex. utbilda personal i värdskap och öka förståelsen för gästen och näringen*
  - » Skapa stabil ekonomisk grund.  
*Organisationsutveckling, ett tydligt visions- och strategiarbete, finansiering av strategiskt viktiga investeringar och reseanledningar, ökad affärsmässighet och lönsamhet.*
  - » Följa trender och kommande förändringar genom omvärldanalys.  
*Följa media och forskning, genomföra gästundersökningar och inspireras av andra destinationer och branscher*
  - » Värdesätta och utveckla natur- och kulturarvet.  
*Kultur vävs in i produkter och paketering t.ex. matupplevelser av lokala råvaror. Gör produkten unik genom att nyttja lokalhistoria och lokalt hantverk och utbilda personalen inom området.*
  - » Minimera resursförbrukning och produktion av avfall.  
*Sopsortera, undvik engångsprodukter och energieffektivisera*
  - » Begränsa transporternas inverkan.  
*Använd miljövänliga alternativ, utveckla samåkning och direktflyg.*
-

- 
- » Samarbeta med lokala intressenter för att skapa ett hållbart och attraktivt samhälle.  
*Informera om besöksnäringens betydelse. Arrangera evenemang med lokal förankring och engagera lokalbefolkningen i utvecklingsarbetet.*
  - » Utveckla besöksnäringens arbetsmarknad.  
*Ökad året runt verksamhet, kompetensutveckla, samarbeta mellan företag och utbildningsanordnare*
  - » Skapa en destination och produkter som främjar trygghet, säkerhet och hälsa  
*Utbilda personal i första hjälpen. Företagspolicys för trygghet och säkerhet.*
  - » Öka tillgängligheten för alla besökare.  
*Skapa produkter och aktiviteter som är tillgängliga för alla. T.ex. vandringsleder. Förbättra informationen om tillgänglighet.*
-



*Sex mätbara mål!*

---

**Den nationella strategin** för besöksnäringen i Sverige har målsättningen att omsättningen skall fördubblas från 252 mdr 2010 till 500 mdr 2020 och att antal årsverken ska öka från 160 000 till 260 000 under samma period.

*Hemavan Tärnaby som destination har målsättningen att följa den svenska strategins målsättning.*

- » att utvecklingen av antal skiddagar i våra alpina anläggningar skall ha förbättrat sin position i SLAOS mätningar bland skidanläggningar i Sverige.
- » År 2020 skall antalet svenska gästnätter av totala antalet bäddar ha ökat med 50 procent med start år 2011.
- » Antalet stora evenemang som fungerar som reseanledning i sig skall ha ökat till sex stycken i Hemavan Tärnaby med start 2013.
- » Andelen mycket nöjda gäster, baserat på gästundersökningar ska år 2020 vara 75 procent och andelen nöjda skall vara 95 procent.
- » År 2020 skall omsättningen i besöksnäringen i Hemavan Tärnaby ha ökat med två procent.
- » Antalet direkta årsarbeten inom besöksnäringen i Hemavan Tärnaby skall år 2020 vara 400 årsarbeten.



*Framtiden!*



---

**För att uppnå visionen och målen** krävs ett långsiktigt hållbart arbete och insatser baserade på besökarens perspektiv.

Arbetet med strategiska och strukturella frågor för att skapa en stark destination och reseanledningar ska fortsätta och kompletteras med ytterligare insatser inom produkt- och affärsutveckling, marknadskommunikation och försäljning.

För besöksnäringen är universitetens utbildnings- och forskningsverksamhet mycket viktig liksom kopplingen till såväl besöksnäringens innovationsstrategi som till det regionala innovationsarbetet.

Dessutom skall arbetet för att möjliggöra strategiskt viktiga investeringar förstärkas, inklusive samarbetet med regionala, nationella och internationella aktörer.

## **Reseledningarna och hållbar utveckling av destinationen Hemavan Tärnaby**

- » Tydliggörande av ansvar, roller och samverkan
- » Finansiering av strategiska investeringar och den turistiska infrastrukturen
- » Kriterier och mål för ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet
- » Affärs- och produktutveckling inom prioriterade teman
- » Utveckling av evenemang och grupp och konferensbokning

## **Ökad export**

- » Partnerskap och nätverk med transportörer, researrangörer och andra intressenter
- » Exportmognad i destinationen
- » Marknadsaktiviteter

## **Utvecklad tillgänglighet**

- » Tydliggör besöksnäringens behov
  - » Lobbyverksamhet
  - » Utvecklade samarbetsformer med olika aktörer
-

---

### **Utvecklad marknads kommunikation**

- » Stöd för kommunikation mot valda marknader och målgrupper
- » Strategisk kommunikation i valda kanaler
- » Samarbete med starka aktörer

### **Affärsutveckling – och kunskapshöjning**

- » FoU- samarbete för kunskapsdriven
  - » Turismutveckling.
  - » Omvärldsbevakning och analys för ökad kunskap om kunden
  - » Affärsutveckling
-



# HEMAVAN TÄRNABY

Västra Strandvägen 1, Tärnaby  
+46 (0)954 104 50  
[www.hemavantarnaby.se](http://www.hemavantarnaby.se)



*En investering för framtiden*

